

ПОПОВА М. Ф.

Уральский федеральный университет

ТЕХНОЛОГИИ ИЛИ ТВОРЧЕСТВО: СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАТRENДЫ В ДИСКУРСЕ ПРЕДПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ АБИТУРИЕНТОВ УРФУ

Аннотация: Довузовская предпрофессиональная подготовка с неизбежностью предполагает знакомство абитуриентов с трендами современного медиамира. Будущих студентов необходимо готовить к рискам и издержкам нынешней журналистской деятельности, но не забывая о принципах и ценностях профессиональной культуры. Нешуточная дискуссия, которая разгорелась между академическими кругами и практиками: чему учить сегодня на факультетах, заметно смещается в сторону информационных технологий. Основываясь на опыте Воскресной школы журфака и результатах анкетирования абитуриентов и студентов, автор утверждает, что творческая составляющая занятий, как минимум, не должна уменьшаться.

Ключевые слова: публицистика, журналистика, профессионализм, интернет, социальные сети, блог, предпрофессиональное образование, медиатренды, творчество, контент.

POPOVA M. F.

TECHNOLOGIES OR CREATIVITY: MODERN MEDIA TRENDS IN THE DISCOURSE OF PRE-PROFESSIONAL JOURNALISTIC EDUCATION OF URFU ENTRANTS

Abstract: Pre-university pre-vocational training inevitably involves acquaintance of applicants with the trends of the modern media world. Future students must be prepared for the risks and costs of current journalistic activities, but at the same time they should not forget the principles and values of the professional culture. A serious discussion that erupted between academic circles and practitioners: what to teach today at faculties, is noticeably shifting towards information technology. Based on the experience of the Sunday School of Journalism and survey results of applicants and students, the author argues that the creative component of classes, at least, should not be reduced.

Keywords: publicism, journalism, professionalism, Internet, social networks, blog, pre-vocational education, media trends, creativity, content.

Дебаты о том, чему и как учить на факультетах журналистики, относятся к разряду вечных. Однако никогда еще столь часто, остро и безапелляционно не звучал вопрос: а нужно ли сегодня вообще профессиональное журналистское образование? Ибо информационное пространство наводнили многочисленные и многообразные

самодетельные медиаресурсы, которые по стремительной популярности и по монетизации произведенного продукта подчас значительно опережают традиционные СМИ. Нынешнее молодое поколение — цифровые просьюмеры. Даже те из них, кто не мечтает посвятить жизнь профессии журналиста, активно продуцируют в социальных сетях некий контент.

В начале февраля 2020 года на факультете журналистики УрФУ проведено анкетирование, в котором приняли участие студенты первого курса и слушатели «Воскресной школы». Довузовский опыт производства собственного информационного продукта имеют 23 из 30 абитуриентов и 29 из 102 студентов. В перечне форм и вариантов самореализации чаще всего обозначены: «блог в Instagram, бьюти-блог, пост, социальные ролики, сценарии, фотоблог, видеосюжеты и тексты, выставляемые регулярно на сайты, школьная газета, пост в Instagram, группа в ВК, личная страница...». Как видим, нынешние абитуриенты гораздо активнее прошлых годов действуют на просторах интернета, примеряя к себе не только «корону» звезды блогосферы, но и осваивая, принимая за норму, непрофессиональные технологии и стандарты.

В недавнем интервью «Российской газете» профессор Б. Н. Лозовский образно и точно определил нынешнюю ситуацию так: «Теперь, благодаря интернету, каждый человек легко становится средством массовой информации. Я завожу свой блог, приобретаю определенное количество пользователей и становлюсь СМИ. При этом мне не надо ничего: ни помещений, ни спонсоров, ни начальников, ни редакторов, ни корректоров, ни печатных станков, ни колоссального количества бумаги, — ни-че-го! <...> Теперь — даже если ты никто и зовут тебя никак — ты легко можешь высказаться публично по любому поводу безо всяких предварительных фильтров. И при этом считать себя журналистом» [1].

Давняя традиция, сохраняемая благодаря профильному вступительному экзамену «Творческий конкурс», заставляет абитуриентов готовить творческое портфолио (хотя сегодня это и не обязательно). Анкетирование помогло убедиться, что не менее 65 % нынешних первокурсников до университета имели опыт сотрудничества с традиционными СМИ: из 102 респондентов публиковались в газетах 45, снимали телевизионные сюжеты — 11, пробовали себя на радио — 2, готовили материалы для сетевых медиа — 7. Системное участие в информационном процессе позволило им получить разные навыки медиадетельности: написания текста — 71 человек, подготовки фотоматериалов — 27, производства видеопродуктов — 30, продвижения — 24. Любопытно, что поступив на желаемый факультет, сохранили регулярные отношения со СМИ только 24 первокурсника. Почти все объяснили это сверхзанятостью и сложной образовательной программой. Полагаем, что есть и не озвученное никем объяснение: уже поступили и нет надобности.

По такому же сценарию выстраивают свои отношения с традиционными СМИ нынешние абитуриенты: 17 человек (из 30) сотрудничают на регулярной основе с газетами, двое готовят материалы для сетевых медиа.

И студенты, и абитуриенты схожи в информационных пристрастиях. В Сети чувствуют себя как дома. И именно социальные сети — основной источник информации (их, как правило, у каждого несколько) «ВКонтакте» — 71 % опрошенных студентов, 80 % — школьников, на втором месте Instagram — 59 % и 42 % соот-

ответственно, Telegram — 43 % и 16 % соответственно. Принципиально реже ищут информацию и те, и другие в Facebook, Twitter. Из СМИ выбирают Meduza (10 студентов и 3 школьника), E1.ru (10 и 4 соответственно), Lenta (6 и 3) единично — РБК, РИА «Новости», TheVillage, Матч-ТВ.

Последние показатели настораживают: люди, которые собираются заниматься журналистикой профессионально, должны останавливать свой выбор все-таки на качественной информации, овладевать высокими стандартами работы. На лекциях и практических занятиях, в личном общении есть необходимость говорить об этом.

Вызывает озабоченность и тот факт, что понятие «информационная деятельность» в обеих опрошенных группах респондентов означает главным образом создание новостного контента. Только трое абитуриентов и семь студентов регулярно читают публицистические тексты в бумажной или электронной версии (журнал «Русский репортер»). Слушатели «Воскресной школы» по своей технологической осведомленности вполне способны работать с информацией, однако творческие материалы дома и на уроках с каждым годом становятся все лаконичнее. Во многих случаях тексты не имеют выраженной жанровой формы и почти лишены выразительных средств. Значит, надо чаще говорить с ними о живой журналистике, ломать уже сложившийся у начинающих журналистов стереотип о том, что публицистика сегодня не актуальна. Как известно, практика в таких случаях — лучший аргумент. 15 января 2020 года еженедельный выпуск «Российской газеты» — **весь номер** — был отдан рубрике Дмитрия Шеварова «Календарь поэзии» [3]. И эта рубрика «поставила рекорд по количеству читательских отзывов». Редакция признавалась: «Сказать откровенно, сомневались: как читатели воспримут такой неожиданный ход...» [2]. Но уже через пару дней стало понятно, что спецвыпуск нашел самый живой отклик. «На редакцию обрушился шквал звонков с благодарностями, почтовые ящики, как обыкновенные, так и электронные оказались завалены письмами. И какими! Вот, почитайте» [2].

Интерес к живому слову, к авторскому стилю, к размышлению, к глубокому аналитическому тексту у современных читателей, и молодых в том числе, очевиден. В уже упомянутом интервью «Медленное чтение в эпоху быстрой жизни» Юрий Лепский резюмирует: «Мы же все-таки пишем не цифрами, не математическими формулами. Наш единственный инструмент — слово на русском языке. Какими бы мы ни были современными и оцифрованными, сетевыми и программными, мы работаем со словом, с языком, мы в широком смысле — литераторы... Профессионализм — это мастерство, образованность, чутье» [1].

Литература

1. Лепский Ю. Медленное чтение в эпоху быстрой жизни / Ю. Лепский // Российская газета. — 2020. — 29 янв.
2. Как верны слова поэта // Российская газета. — 2020. — 5 февр.
3. Шеваров Д. Календарь поэзии // Российская газета. — 2020. — 15 янв.